

STUDI FENOMENOLOGI MOTIF *BOOKSTAGRAMMER* INDONESIA

PHENOMENOLOGY STUDY - INDONESIAN BOOKSTAGRAMMER MOTIVES

Nadya Indriana Zulvi¹, Diah Agung Esfandari²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

nadyaindrianazulvi@student.telkomuniversity.ac.id¹, esfandari@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Instagram memperoleh antusias yang sangat tinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang digunakan untuk berbagi momen atau cerita melalui tampilan audio – visual. Terdapat fenomena di Instagram dimana konten – konten yang diunggah berhubungan dengan buku. Fenomena tersebut disebut dengan *Bookstagram*, sedangkan *Bookstagrammer* adalah orang yang melakukannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dan makna dari *sharing* buku di Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia. Motif yang digunakan berdasarkan teori yang dicetus oleh Alfred Schutz, yaitu *because motives* (motif) dan *in-order-to-motives* (tujuan). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data didapatkan dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada tujuh informan dan mengobservasi akun *Bookstagram* para informan utama. Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa motif yang menjadi motif dan tujuan *Bookstagrammer* Indonesia *sharing* buku di Instagram. *Because motives* (motif) terdiri dari tiga hal. Pertama, berbagi pengalaman. Kedua, membangun relasi. Dan ketiga, penyaluran minat. Adapun *in-order-to-motives* (tujuan) dari penggunaan media sosial Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia yang terdiri dari tiga hal pula. Pertama, mengobarkan cinta literasi. Kedua, popularitas. Dan ketiga, kesenangan diri. Dan dari motif tersebut, didapatkanlah tipikasi *Bookstagrammer* Indonesia dalam *sharing* buku di Instagram yaitu *Bookstagrammer* Penggerak, *Bookstagrammer* Ahli, dan *Bookstagrammer* Progresif.

Kata Kunci: Motif, Media Sosial, Instagram, *Bookstagrammer*

Abstract

Instagram obtains a very high enthusiasm amongst Indonesian citizens. Instagram itself is social media used to share moments and stories in the form of audio-visual contents. There is a phenomenon where Instagram users upload contents about literacy. Those phenomenon is regarded as *Bookstagram*, and the people who are actively involved are called *Bookstagrammers*. A *Bookstagrammer* shares contents about books, libraries, book stores, and everything related to literacy. The purpose of this research is to help reveal and understand the motive behind the use of Instagram by the Indonesian *Bookstagrammers* that are creating social media pages with pro - literacy contents. The motive used based on the theory by Alfred Schutz, are "Because of" motives (motive), and "in-order-to" motives (Purposes). This research uses qualitative methods with constructivism paradigm and Alfred Scutz's take on phenomenology. The informants were selected by using *purposive sampling* technique. Data gathering is acquired by doing in-depth interviews to seven informants and observing the *bookstagram* page of main informants. The result of this research point to several possible motives that become a reason and purpose of Indonesian *Bookstagrammer* using Instagram as their media. The *because-motive* (motives) consists of three which are to share experiences, building relations, and practicing hobby. Regarding the *in-order-to* motives (purpose) of the use of Instagram by Indonesian *Bookstagrammer* also consists of three which are to resound the love of literacy, gaining popularity, and self happiness. And from this motive, namely the *Movable Bookstagrammer*, the *Expert Bookstagrammer*, and the *Progressive Bookstagrammer*.

Keywords: Motive, Social Media, Instagram, *Bookstagrammer*

1. Pendahuluan

Media sosial adalah sarana yang dapat menghubungkan beberapa individu yang dapat menciptakan suatu interaksi secara aktif, berkolaborasi, hingga mengikuti komunitas dengan individu lainnya yang memiliki minat yang sama (Wood, 2009). Nasrullah (Setiadi, 2016) menyebutkan beberapa karakter dari media sosial, seperti jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten oleh pengguna. Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan pertukaran ide dan fungsi utamanya mengunggah foto adalah Instagram (Carpenter *et al*, 2020). Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto, dimana proses pengambilan foto, penerapan filter digital, dan pengunggahan dilakukan oleh pemilik akun. Tujuannya sebagai sarana menyalurkan hobi dalam berfoto, baik itu mempublikasikan kegiatan, tempat, barang, maupun foto diri sendiri (Mahendra, 2017).

Smith & Anderson (Kim & Kim, 2018) menjelaskan bahwa pengguna aktif utama Instagram berasal dari kalangan generasi muda. Dengan demikian dapat membantu memberikan informasi mengenai isu dan konten terbaru kepada orang yang lebih tua, sehingga dapat meminimalisir kesenjangan dan konflik komunikasi dengan orang yang lebih tua. Semakin bertambahnya pengguna Instagram di Indonesia, hal tersebut menghadirkan istilah baru di dalam Instagram dan berfokus kepada pengunggahan foto – foto yang berhubungan dengan buku, yang dikenal dengan istilah *Bookstagram*. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dari Juni s.d September 2020 melalui aplikasi Instagram diketahui bahwa *sharing* foto buku dengan menggunakan #bookstagramindonesia mendapatkan respon yang sangat baik dari pengguna, sebab antusias yang diberikan sangat tinggi dilihat dari jumlah unggahannya yang mencapai 191.816 *posts*.

Bookstagram merupakan istilah yang ditujukan kepada pegiat di dalam Instagram yang khusus mengunggah konten mengenai buku bacaan (Budiman, 2021). Penggunaan Instagram dijadikan sebagai wadah untuk mengunggah foto yang berhubungan dengan buku. Terdapat akun Instagram @bookstagramindonesia yang merupakan sebuah akun penghubung *Bookstagrammer* se - Indonesia yang menunjukkan adanya peningkatan tiap tahunnya dari segi pengikutnya yang dibantu oleh *app.hypeauditor*. Dengan adanya kenaikan pengikut dari akun *Bookstagram* Indonesia tiap tahunnya, dapat dinyatakan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang tertarik dengan akun tersebut. Marak pengunggahan foto yang berhubungan dengan buku di dalam Instagram, dan mereka yang melakukannya dikenal dengan sebutan *Bookstagrammer*. *Bookstagrammer* Indonesia melakukan hal tersebut secara individu. Konten yang dibagikan tidak jauh dari buku dan foto yang diunggah menerapkan pengambilan dan pengeditan gambar dengan baik.

Melalui fenomena pengunggahan foto mengenai buku yang ada di Instagram, berbagai macam judul buku dapat ditemukan. Dilansir dari *fixindonesia.pikiran-rakyat.com*, *Bookstagram* dinyatakan sebagai budaya baru untuk memikat minat baca. Sebab berdasarkan data yang didapatkan dari *kominfo.go.id*, UNESCO menyatakan minat baca Indonesia tergolong sangat rendah. Melalui penelitian *The World's Most Literate Nations* (WMLN), diketahui bahwa Indonesia menduduki peringkat ke – 60 dari 61 negara mengenai minat baca (*www.theguardian.com*). Kemajuan teknologi menciptakan hambatan terhadap perkembangan intelektual seseorang. Dengan rendahnya membaca buku, membuat seseorang tersebut kehilangan kesempatan untuk menjadi seseorang yang berpengetahuan luas (Obaidullah & Rahman, 2018).

Penelitian mengenai *new media* khususnya fenomena di dalam Instagram sudah cukup sering dilakukan, seperti yang telah dilakukan oleh Afdal Makkuraga Putra & Annisa Febrina (Putra & Febrina, 2019) yang berjudul *Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua*. Terdapat hasil yang menyatakan motif orang tua menggunakan media sosial dilihat dari *because motives* dan *in-order-to-motives*. *Because motives* dikarenakan pengalaman mengenai album foto di masa lalu dan gangguan dan keterbatasan dalam penggunaan teknologi pada orang tua. Sedangkan untuk *in-order-to-motives* terkait dengan tiga hal, yaitu keinginan anak untuk dikenal oleh banyak orang, berbagi perkembangan anak kepada orang lain terkhusus keluarga yang jauh, dan sebagai bentuk rasa syukur dan bangga atas anak yang dimilikinya. Untuk tipikasinya, terbagi menjadi tiga, yaitu orang tua eksis, orang tua *sharing*, dan orang tua *memories*.

Penelitian yang sedang dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu, sebab penelitian terdahulu tidak mengungkapkan fenomena yang ada di Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia. Penelitian yang sedang dilakukan memberikan hal baru dimana hasilnya menunjukkan motif (*because motive* dan *in-order-to-motives*) dan makna *Bookstagrammer* Indonesia dalam *sharing* buku di Instagram. Pada penelitian yang sedang dilakukan akan mengungkap motif melalui *because motives* (motif) dan *in-order-to-motives* (tujuan) dari Alfred Schutz, dimana motif ini didapatkan dari pengalaman kehidupan sehari – hari individu (Ritzer, 2005). Dengan begitu, penelitian ini pula dapat memaknai tindakan *Bookstagrammer* Indonesia melakukan *sharing* buku di Instagram. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengetahui apa saja dan bagaimana studi fenomenologi motif *Bookstagrammer* Indonesia.

2. Tinjauan Teoritis

2.1. New Media

Media baru (*new media*) merupakan kombinasi antara media *online* dan *offline* yang menjembatani ruang dan waktu (Van Dijk, 2020). Van Dijk (2020) membagi media baru ke dalam empat kategori, yaitu:

- a. *Integration* (penggabungan) yaitu penggabungan antara telekomunikasi, komunikasi data, dan komunikasi massa.
- b. *Interactivity* (media interaktif) adalah komunikasi dilakukan secara berbeda, namun tidak menghilangkan urutan aksi dan reaksi layaknya komunikasi secara tatap muka.
- c. *Digital code* (kode digital) merupakan karakteristik media yang mendefinisikan bentuk baru dari operasi media.
- d. *Hypertext* adalah seperangkat kode yang digunakan untuk menghubungkan berbagai potongan yang berbeda dari keseluruhan jenis data.

2.2. Media Sosial

Media sosial merupakan sarana yang menghubungkan antara satu orang dengan lainnya yang dapat menciptakan suatu interaksi secara aktif, berkolaborasi, hingga mengikuti komunitas dengan orang yang memiliki minat yang sama (Wood, 2009). Wood (2009) menjabarkan lima karakteristik dari media sosial, yaitu media sosial mengaburkan kegiatan produksi dan konsumsi, media sosial merubah arti dari ruang, media sosial mengundang kejenuhan, media sosial mendukung *multitasking*, dan media sosial mendorong pemikiran visual.

2.3. Instagram

Instagram adalah aplikasi smartphone yang berguna untuk menangkap, menerapkan filter, dan membagikan foto ke jejaring sosial lainnya (Serafinelli, 2018). Serafinelli (2018) mengungkapkan Instagram dapat membentuk pengalaman individu, selain itu dapat pula memunculkan praktik sosial baru, sebagai berikut.

- a. *The practice of online photo-sharing*: Apabila sebelumnya praktik sosial dilakukan secara tatap muka, namun dengan adanya media membuat seseorang mengadaptasi kebiasaan baru seperti mengambil gambar dan membagikannya di media sosial sebagai penghubung antara individu dan individu, maupun individu dan tempat.
- b. *Visual social relationships*: visualisasi dijadikan sebagai sarana baru untuk membangun hubungan sosial. Internet dan media sosial menghilangkan kedekatan fisik dalam kontak sosial dan mendukung kedekatan yang termediasi, dimana dengan adanya hubungan termediasi ini dapat memperluas hubungan tanpa mempedulikan tempat.
- c. *Visual media marketing*: Instagram dapat memasarkan iklan maupun produk dan jasa melalui pengguna akun yang populer dengan cara pengambilan gambar yang estetika dan cerita melalui visual yang ditampilkan.
- d. *Privacy and surveillance*: berbagi foto, menonton, dan ditonton di Instagram mengakibatkan terjadinya pengurangan dalam privasi pribadi dan perlindungan data. Sehingga pengguna akun dapat mengelola informasi yang dibagikan secara online dan memiliki rasa kendali atas privasi dirinya.

- e. *A visual representation*: penggunaan visual dalam media sosial dijadikan sebagai alat untuk mengkonstruksi citra diri sebagai seseorang yang perlu dikenali dengan orang lain. Fotografi dijadikan sebagai representasi diri.

2.4. *Bookstagram*

Bookstagram merupakan sebuah *hashtag* yang banyak digunakan oleh pengguna Instagram yang mendedikasikan seluruh *feed* untuk mengekspresikan dan mengeksplorasi minat pada buku, dengan semakin populernya *hashtag* tersebut, menjadikan *Bookstagram* sebagai akun khusus buku (Hammoudi, 2018). *Bookstagram* mengunggah gambar buku - buku yang akan dibaca, sedang dibaca, bahkan telah dibaca dengan menyajikan *caption* menarik berupa ulasan bahkan pendapat dari pembaca (Khairina, 2019).

2.5. Motif

Tindakan manusia dilakukan secara sadar meskipun motifnya berada di bawah kesadaran. Hal tersebut menjadikan aktor sosial berusaha memproses pemaknaan untuk menempeh tindakannya (Blumer, dalam Ritzer & Stepnisky, 2018). Schutz (Weigert, 1975) membagi motif ke makna masa lalu dan masa depan sebagai berikut.

- a. *Because Motives* (motif) merujuk pada masa lalu dan dijadikan sebagai alasan atas tindakan seseorang.
- b. *In-order-to-motives* (tujuan) merujuk pada masa depan dan diartikan sebagai tujuan yang ingin dicapai di masa mendatang.

3. Metode Penelitian

Untuk dapat mengungkap motif penggunaan media sosial Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivis dimana paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai alat analisis sistematis mengenai *socially meaningful action*, dimana aktor sosial menciptakan, memelihara, bahkan mengelola dunia sosial mereka sendiri (Hidayat, dalam Umanailo, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi Schutz, sebab berfokus pada cara seseorang memahami kehidupan sehari - hari dengan keadaan sadar (Schutz, dalam Ritzer & Stepnisky, 2018).

Data akan dikumpulkan melalui wawancara dengan kelima informan utama yang tergolong ke dalam *Bookstagrammer* Indonesia yang aktif dan akan mendapatkan data tambahan dari kedua informan pendukung yang merupakan *social media officer* dan psikolog. Selain melakukan wawancara, pengumpulan data akan melalui observasi media sosial *Bookstagram* para *Bookstagrammer* Indonesia. Setelah data dikumpulkan, data tersebut akan dianalisis dan diolah kembali sehingga mendapatkan kategorisasi dari motif yang mendasari penggunaan media sosial Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia. Kemudian untuk menguji data tersebut valid dilakukan dengan triangulasi, informasi mendetail, dan dilakukannya *member checking* pada keseluruhan informan.

4. Hasil dan Pembahasan

Instagram dijadikan sebagai platform untuk orang - orang yang ingin berbagi kisahnya melalui tampilan audio - visual. *Bookstagrammer* adalah orang - orang yang memanfaatkan Instagram untuk berbagi konten mengenai literasi. Tindakan dapat diketahui secara sadar meskipun motifnya berada di bawah kesadaran seseorang (Blumer, dalam Ritzer & Stepnisky, 2018). Terdapat beberapa motif yang membuat *Bookstagrammer* Indonesia menggunakan Instagram dalam hal berbagi konten pro literasi. Motif tersebut diungkapkan secara langsung oleh *Bookstagrammer* Indonesia mengenai alasan dan tujuan ke depan berdasarkan motif Alfred Schutz, yaitu *because motives* dan *in-order-to-motives*, sebagai berikut.

4.1. Motif

a. *Because Motives*

Because Motives ini merujuk kepada tindakan aktor sosial di masa lalu, sehingga hal ini menunjukkan pengalaman seseorang dalam melakukan aksinya. *Because motives* dapat terjadi karena adanya kebiasaan atau sikap yang dapat melahirkan pembentukan rencana dalam rantai *in-order-to-motives* (Schutz, dalam Weigert, 1975). Tidak semua *Bookstagrammer* Indonesia memiliki alasan yang sama.

Sebab hal ini dipengaruhi oleh latar belakang mereka. Terdapat beberapa motif dari *Bookstagrammer* Indonesia *sharing* buku di Instagram, sebagai berikut.

1. Berbagi Pengalaman

Pengalaman merupakan suatu peristiwa yang pernah dialami oleh seseorang, yang dapat memberikan pengetahuan atau pelajaran yang bermanfaat kepada dirinya maupun orang lain. Keinginan hati *Bookstagrammer* Indonesia dalam berbagi pengalaman yaitu agar ilmu yang diperolehnya dapat diterima dan dirasakan pula oleh orang lain. Sehingga ilmu tersebut tidak hanya berhenti di dirinya saja. Di era digital seperti saat ini, memudahkan *Bookstagrammer* Indonesia dalam berbagi pengalamannya. Instagram termasuk ke dalam media sosial yang cepat penyebaran informasinya. Salah satu *Bookstagrammer* Indonesia menjadikan motif berbagi pengalaman ini sebagai caranya untuk lebih cepat mencapai tujuannya. Tidak hanya berbagi pengalaman mengenai buku bacaan saja, salah satu *Bookstagrammer* Indonesia juga membagikan pengalamannya ketika mengunjungi suatu toko buku atau perpustakaan, hingga kegiatan lainnya seperti seminar atau pun mengikuti komunitas yang berhubungan dengan literasi.

2. Membangun Relasi

Bookstagrammer Indonesia memanfaatkan Instagram untuk mencari teman yang memiliki minat yang sama dengannya. Sangat sulit untuk menemukan orang - orang yang memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap literasi seperti dirinya. Dengan bantuan media sosial Instagram, *Bookstagrammer* Indonesia tidak hanya mendapatkan teman dari domisili yang sama, melainkan mendapatkan teman - teman dari mancanegara pula. Sebab jejaring sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk membangun koneksi, diskusi, dan pertukaran dengan individu lainnya yang memiliki minat yang sama (Menduni *et al*, dalam Serafinelli, 2018).

Bookstagrammer Indonesia merasa terbantu karena adanya Instagram yang dapat mempermudah segala proses komunikasi dirinya dengan orang lain. Melalui pengunggahan konten di Instagram, *Bookstagrammer* Indonesia dapat saling berkomunikasi, berdiskusi membahas buku, bertukar cerita, hingga dapat berkolaborasi dengan pengguna lainnya. Dengan adanya interaksi tersebut, membuat *Bookstagrammer* Indonesia dapat membangun relasi tanpa mempedulikan tempat.

3. Penyaluran Minat

Bookstagrammer Indonesia menggunakan Instagram untuk dapat menyalurkan minat atau hal yang disukainya. Beberapa *Bookstagrammer* Indonesia menggunakan Instagram karena adanya ketertarikan dengan aplikasi itu sendiri dan fotografi. *Bookstagrammer* Indonesia tersebut menuangkan hobinya terhadap fotografi dan melakukan hal yang disukai lainnya tanpa adanya paksaan dari luar. Instagram pula membuat *Bookstagrammer* Indonesia tidak hanya menyampaikan pesan secara visual, tetapi juga dibantu dengan adanya kemampuan dalam menyampaikan cerita melalui *caption*. Salah satu *Bookstagrammer* Indonesia memiliki hasrat yang tinggi terhadap literasi, baik membaca maupun menulis. Instagram merupakan aplikasi yang tepat bagi dirinya untuk menyalurkan minatnya dalam kepenulisan. Minat dalam hal kepenulisan dapat ia tuangkan pada fitur *caption* yang telah disediakan oleh Instagram sendiri.

b. *In-order-to-motives*

In-order-to-motives lebih merujuk kepada harapan di masa mendatang. Motif tujuan ini menjadi tujuan dari dilakukannya suatu aktivitas tertentu oleh seorang aktor sosial. Melalui motif tujuan ini, dapat diketahui secara pasti apa yang ingin dicapai oleh *Bookstagrammer* Indonesia dari menggunakan media sosial Instagram yang berbagi konten - konten pro literasi. Tidak semua *Bookstagrammer* Indonesia memiliki

tujuan yang sama. Sebab hal ini dipengaruhi oleh latar belakang mereka. Terdapat beberapa motif tujuan dari penggunaan media sosial Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia dalam hal berbagi konten pro literasi, sebagai berikut.

1. Mengobarkan Cinta Literasi

Bookstagrammer Indonesia ingin meningkatkan minat membaca orang lain melalui unggahan konten di akun *Bookstagram*-nya. Tidak sedikit dari masyarakat Indonesia yang menyukai aktivitas membaca. Namun tidak banyak pula di antara mereka yang dapat membaca secara bebas dan riang. Hal ini yang mendorong salah satu *Bookstagrammer* Indonesia untuk memberantas fenomena tersebut. Salah satu *Bookstagrammer* Indonesia ingin menunjukkan kepada orang lain untuk tidak perlu memperhatikan apa *genre* dari bacaannya, siapa penerbitnya, siapapun itu penulisnya, dan yang ingin dibawakan oleh *Bookstagrammer* Indonesia tersebut adalah kesenangan dari membaca itu sendiri, '*the pleasure in reading*'. *Bookstagrammer* Indonesia tersebut ingin menjadikan membaca sebagai aktivitas yang menyenangkan, tidak adanya tekanan, dan menjadi sebuah aktivitas sehari - hari.

2. Popularitas

Salah satu *Bookstagrammer* Indonesia ingin menjadi seorang *influencer* buku dan ingin pula pengikut akun *Bookstagram*-nya mencapai 10.000 pengikut, agar ia lebih dapat memanfaatkan semua fitur Instagram, seperti melakukan *swipe up* pada akunnya. Motif ini dijadikannya sebagai cara untuk mendapatkan tujuan lainnya yakni terpilih menjadi *Advanced Reader Copy*, yaitu orang - orang terpilih yang dikirimkan buku oleh penerbit sebelum buku tersebut diterbitkan. Instagram sangat membantu *Bookstagrammer* Indonesia tersebut dalam mewujudkan tujuannya, sebab Instagram dapat membantu mendekatkan dirinya dengan penerbit - penerbit luar negeri yang berbeda letak geografis dengan dirinya. Selain itu, apabila motif popularitas ini terwujud akan dijadikan sebagai bonus oleh salah satu *Bookstagrammer* Indonesia agar mendapatkan keuntungan lain yang sangat bermanfaat bagi dirinya.

3. Kesenangan Diri

Pada dasarnya, salah satu karakteristik dari media sosial adalah dijadikan sebagai tempat hiburan dan kesenangan (Fortunati, dalam McQuail, 2011). *Bookstagrammer* Indonesia menggunakan Instagram hanya untuk melakukan kegiatan yang disukainya tanpa ada tekanan dari pihak lain. *Bookstagrammer* Indonesia tersebut mengunggah konten apa yang dia mau dan apa yang disukainya, seperti halnya berada di dalam komunitas *Bookstagram* saja sudah membuatnya senang. Seorang *Bookstagrammer* Indonesia menggunakan Instagram dalam mengunggah konten mengenai literasi dikarenakan kesenangan diri pribadi. Sebab tidak mungkin seorang *Bookstagrammer* Indonesia mengeluarkan upaya yang besar dalam menyajikan konten tersebut apabila dirinya tidak memiliki ketertarikan dengan Instagram dan buku, dan tidak memiliki hobi melakukan tersebut.

4.2. Makna

a. *Bookstagrammer* Penggerak

Dikarenakan kesamaan motif dari Mengobarkan Cinta Literasi, para *Bookstagrammer* Indonesia yang memiliki kesamaan motif ini termasuk ke dalam tipikasi *Bookstagrammer* Penggerak. *Bookstagrammer* Indonesia melakukan aksi *sharing* buku di Instagram dikarenakan perasaan memiliki tanggung jawab untuk membantu masyarakat Indonesia dalam menumbuhkan kegemaran membaca dan meningkatkan minat membaca. Para *Bookstagrammer* Indonesia yang termasuk ke dalam tipikasi ini dapat membantu memberantas rendahnya literasi di Indonesia, dengan begitu peringkat literasi di Indonesia secara perlahan dapat meningkat. Merekalah penggerak yang menjadi barisan terdepan dalam hal literasi. Dengan

sharing buku di Instagram, mereka berusaha untuk memajukan literasi Indonesia, dan akan merasa amat senang apabila mendapatkan *feedback* yang baik dari pengguna lainnya mengenai ketertarikan dari buku yang diunggah di halaman *Bookstagram*-nya.

b. *Bookstagrammer* Ahli

Bookstagrammer Indonesia yang termasuk ke dalam tipikasi ini merupakan mereka yang menjadikan fenomena *sharing* buku sebagai suatu profesi baru yang diciptakan oleh Instagram. Dari aktivitas *sharing* buku ini membuka lapangan pekerjaan baru kepada para pencinta buku yang ingin mengunggah konten mengenai buku di Instagram. Sehingga, tidak hanya *sharing* untuk tujuan literasi saja, *sharing* buku di Instagram dapat menjadi suatu hal yang dapat diseriusin yang dapat menjadi suatu pekerjaan tambahan kepada mereka yang mengikutinya.

c. *Bookstagrammer* Progresif

Bookstagrammer Progresif yaitu para *Bookstagrammer* Indonesia yang melakukan aktivitas *sharing* buku di Instagram hanya untuk mengembangkan dirinya saja. *Sharing* buku di Instagram dijadikannya sebagai caranya untuk dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik dari sebelumnya yang dapat membawa suatu kemajuan pada dirinya. Para *Bookstagrammer* Indonesia ini ingin memperbaiki dirinya untuk menjadi diri yang lebih baik dari hari - hari sebelumnya. *Bookstagrammer* Indonesia melakukannya dengan cara selalu mencoba untuk mendapatkan ilmu - ilmu baru dari pengguna Instagram lainnya (*Bookstagrammer* lainnya) dengan mengikuti diskusi buku atau bertukar cerita melalui kolom komentar atau fitur *Direct Message* (DM). Selain itu selalu berusaha untuk meningkatkan *skill* baik yang sudah dimiliki atau pun tidak dengan cara langsung mempraktikkannya dan selalu berulang. Dengan begitu, mereka dapat mengalami perubahan ke arah yang lebih maju atau baik.

5. Penutup

Bookstagram merupakan fenomena di Instagram dimana konten yang disajikan mengenai buku. Terdapat motif (*because motives* dan *in-order-to-motives*) dan makna *Bookstagrammer* Indonesia melakukan aksi *sharing* buku di Instagram.

Because motives atau motif *sharing* buku di Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia dikarenakan tiga hal. Pertama, berbagi pengalaman. Karena ingin memberikan pengalamannya agar orang lain dapat memperoleh pengalaman yang sama dengannya. Kedua, membangun relasi. Karena sangat sulit untuk menemukan teman dengan minat yang sama. Ketiga, penyaluran minat. Karena memiliki ketertarikan dengan aplikasi dan dapat pula menyalurkan minat terhadap literasi. Selain itu, untuk *in-order-to-motives* atau tujuan dari *sharing* buku di Instagram pada *Bookstagrammer* Indonesia dilandaskan oleh tiga hal pula. Pertama, mengobarkan cinta literasi. Untuk meningkatkan minat baca, menumbuhkan rasa kesenangan dalam membaca (*the pleasure in reading*), sehingga dapat meningkatkan peringkat literasi Indonesia. Kedua, popularitas. Untuk menjadi seorang *influencer* buku dimana pengikutnya mencapai 10.000 pengikut agar lebih maksimal menggunakan fitur Instagram. Dengan begitu, dapat terpilih menjadi *Advanced Reader Copy*. Selain itu motif ini menjadi sebuah bonus untuk mendapatkan keuntungan lainnya. Ketiga, kesenangan diri. Untuk menyenangkan diri sendiri dengan mengunggah konten - konten yang diinginkan dan disukai tanpa adanya tekanan dari pihak lain.

Berdasarkan motif di atas, penelitian ini memberikan tipikasi dari *Bookstagrammer* Indonesia yang *sharing* buku di Instagram, yaitu *Bookstagrammer* Penggerak, *Bookstagrammer* Ahli, dan *Bookstagrammer* Progresif. Penelitian ini pula menemukan motif dan makna baru dari fenomena yang ada di Instagram. Namun dalam penelitian kualitatif, hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan, sehingga motif dan makna ini hanya dapat berlaku pada subjek penelitian, yaitu *Bookstagrammer* Indonesia. Maka dari itu, dibutuhkan penelitian lebih lanjut agar semakin kaya informasi mengenai *new media*.

Referensi

App.hypeauditor. Diambil dari <https://app.hypeauditor.com/preview/bookstagramindonesia/>. (Akses: 9 September 2020)

- Budiman, M. (2021). Cuma Tahu Sebutan YouTuber dan Selebgram? Kenali 3 Sub-Profesi yang Hanya Diketahui Pegiat Literasi. Diakses pada <https://kabarlumajang.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-421343981/cuma-tahu-sebutan-youtuber-dan-selebgram-kenali-3-sub-profesi-yang-hanya-diketahui-pegiat-literasi?page=2> (24 Maret 2021, 11.46 WIB).
- Carpenter, *et al.* (2020). How and Why are Educators using Instagram. *Teaching and Teacher Education*. 96, 103149. doi: 10.1016/j.tate.2020.103149
- Fixindonesia-pikiranrakyat. Diambil dari <https://www.fixindonesia.com/bookstagram-budaya-baru-tuk-memikat-minat-baca/>. (Akses: 4 Juni 2020).
- Hammoudi, R. (2018). *The Bookstagram Effect: Adolescent's Voluntary Literacy Engagement on Instagram*. Masters thesis, Concordia University.
- Khairina, U. (2019). Content Communities Bookstagrammer Indonesia sebagai Media Komunikasi Pecinta Buku di Indonesia. *At – Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 74-90.
- Kim, B., & Kim, Y. (2018). Facebook versus Instagram: How Perceived Gratifications and Technological Attributes are Related to The Change in Social Media Usage. *The Social Science Journal*. DOI: 10.1016/j.soscij.2018.10.002
- Kominfo. (2017). TEKNOLOGI. Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos. Diambil dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media. (Akses: 2 September 2020)
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. 16(1). <http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v16i1>
- Obaidullah, M. & Rahman, M. A. (2018). The Impact of Internet and Social Media on the Habit of Reading Book: A Case Study in The Southern Region of Bangladesh. *SIELE Journal*. 5 (1). <https://doi.org/10.24815/siele.v5i1.8966>
- Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua. *Jurnal Aspikom*. 3(6). <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.396>
- Ritzer, G. (2005). *Encyclopedia of Social Theory*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2018). *Sociological Theory* (10th ed). Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Serafinelli, E. (2018). *Digital Life on Instagram: New Social Communication of Photography*. UK: Emerald Publishing.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora*. 16(2).
- The Guardian. (2016). *Finland Ranked World's Most Literate Nation*. Diambil dari <https://www.theguardian.com/books/2016/mar/11/finland-ranked-worlds-most-literate-nation> (Akses: 4 September 2020).
- Umanilo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. Diakses pada <https://osf.io/> (5 Oktober 2020, 15:13 WIB).
- Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The Network Society* (4th ed). London: Sage Publications Ltd.
- Weigert, A. J. (1975). Alfred Schutz on a Theory of Motivation. *The Pacific Sociological Review*, 18(1). 83-102.
- Wood, J. T. (2009). *Communication in Our Lives* (5th ed). USA: Wadsworth Cengage Learning.